

BAB I

I. PENDAHULUAN

I.2 Latar Belakang

Kemajuan ilmu pengetahuan serta teknologi menghasilkan produk yang mempermudah manusia. Dengan kemajuan tersebut maka banyak perusahaan yang tumbuh subur dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan manusia. Mulai dari pakaian, makanan, minuman, dan sebagainya, yang semuanya itu berlomba untuk memenuhi kebutuhan manusia serta mengikuti trend yang ada. Produk-produk tersebut mendatangkan laba yang tidak sedikit bagi para produsen. Maka dengan semakin berkembangnya usaha akhir-akhir ini, makin pesat pula tingkat persaingan antar perusahaan untuk berebut pangsa pasar untuk memenuhi omset penjualan suatu produk. Maka tiap perusahaan harus pintar merebut hati konsumen dengan menampilkan kreatifitas untuk menarik minat konsumen. Namun semua itu juga tergantung dari kualitas serta harga jual dan promosi yang sesuai dengan produk yang di tawarkan.

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "*Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*" menyatakan bahwa "komunikasi bermedia ini semakin lama semakin efektif dan efisien krena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih".

Sesuai dengan pernyataan di atas, masyarakat kini tengah mengalami perkembangan dunia telekomunikasi dengan menggunakan *handphone*. Penggunaan *handphone* sebagai sarana berkomunikasi antar anggota masyarakat kini semakin meningkat. Oleh karena itu semakin banyak produsen-produsen *handphone* berlomba-lomba mengeluarkan

berbagai jenis *handphone* dengan berbagai tipe serta kelebihan masing-masing. Tidak jauh berbeda dengan *handphone*, operator jaringan seluler pun berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan tarif yang bersaing.

Persaingan di industri telekomunikasi akan makin keras. Sejumlah nama besar telekomunikasi global bersaing memberikan pelayanan terbaik di Indonesia. Perkembangan ini membuat masyarakat semakin mengenal bahkan mulai tergantung dengan *handphone* untuk kehidupan sehari-hari. Sekarang ini *handphone* tidak hanya digunakan untuk komunikasi lisan (panggilan suara/ *telephone*), tetapi juga untuk mengirim pesan lewat komunikasi tulis atau lebih dikenal dengan *Short Message Service*. Saat ini kebanyakan pengguna telepon seluler, dapat dikatakan menggunakan layanan suara dan SMS. Selain itu, mereka (produsen *handphone*, operator jaringan seluler, serta *content provider*) terus-menerus melakukan inovasi dan menggarap pasar. Berbagai produk dan fitur baru ditawarkan lewat iklan-iklan terbuka di media televisi, internet, media masa lainnya, maupun arus informasi yang menyisipkan iklan secara tidak langsung.

Perkembangan teknologi *handphone* dan kemunculan berbagai fitur yang menarik, serta keakraban masyarakat dengan teknologi *handphone* menyebabkan beberapa kalangan tertentu melihat peluang bisnis yang menjanjikan, salah satunya adalah SMS premium. Peluang usaha di bidang konten seluler boleh dibilang sangat menjanjikan, terutama mulai terbuka dan hadirnya operator telekomunikasi dalam hal pembagian

produk layanan konten. Hal ini menyebabkan maraknya bisnis SMS premium.

SMS premium merupakan layanan SMS yang disediakan oleh penyedia konten (*content provider*) dengan berbagai tawaran konten. SMS premium, dikatakan premium karena biaya yang perlu dikeluarkan untuk sekali mengirimkan SMS jauh lebih besar dibandingkan SMS biasa pada umumnya. Tarif yang dikenakan cukup mahal rata-rata dengan nilai Rp2.000,00. SMS premium memungkinkan kita untuk mendapatkan informasi terbaru tentang berita, olah raga, dunia hiburan, mendapatkan ramalan zodiac yang terbaru, mengikuti undian berhadiah, mendapat nada sambung pribadi, bahkan untuk memilih peserta favorit kita dalam sebuah *reality show* di televisi dan lainnya. (eksekutif news/vol. 4/edisi September 2008).

Proses integralistik, dakwah merupakan proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah dalam rangka mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap menuju kehidupan yang Islami. Suatu proses yang berkesinambungan adalah suatu proses yang insidental bukan kebetulan, melainkan benar-benar direncanakan, dilaksanakan dan dievaluasi secara terus-menerus oleh para pengemban dakwah dalam rangka mengubah perilaku sasaran dakwah sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah dirumuskan.

Sebagai bagian dari media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan serta mengubah persepsi bahkan sikap dari pemirsanya. Sama halnya dengan definisi dakwah yaitu menyebar luaskan ajaran Islam serta mempengaruhi umat agar melaksanakan ajaran agama serta menjauhi apa yang dilarang oleh Allah. Dakwah juga bertujuan untuk mengubah tingkah laku umat.

Berbagai macam cara untuk menyampaikan dakwah islam kepada umat Islam. Kita bisa melakukan dakwah melalui sarana apa saja, baik langsung disampaikan bertemu muka, maupun melalui media : surat kabar, TV, radio, internet maupun sarana komunikasi telepon, sms, dll.

Sehingga tujuan menyebarkan agama Islam dapat tercapai, atau bahasa yang lebih Islami agar dapat menegaskan kalimat La ilaha ilallah Muhammadar rasulullah (tiada tuhan selain Allah dan nabi Mumammad adalah utusan Allah). Karena semua muslim yang meyakini ayat-ayat Al-quran dan sunnah Rasul SAW, pasti bercita-cita mengakhiri hidupnya dengan khusnul khatimah (dengan akhir yang baik) dan juga bisa bersama-sama Rasul SAW disurga, bertemu Allah SWT.

Dari latar belakang yang dipaparkan di atas. Peneliti merasa tertarik untuk meneliti content SMS premium sebagai obyek dari skripsi yang berjudul “ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM CONTENT SMS PREMIUM VERSI SIRAMAN ROHANI ISLAM”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan peneliti di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya, yakni apa saja pesan dakwah dalam content SMS premium?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasar permasalahan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini :

Untuk mengetahui apa saja pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam content iklan SMS premium.

2. Manfaat dari penelitian yang akan dilakukan adalah :

a. Manfaat Teoritis

Sebagai khazanah dalam ilmu dakwah tentang pemanfaatan media elektronik sebagai media dakwah, khususnya terkait dengan .

b. Manfaat Praktis

Sebagai informasi kepada masyarakat bahwa didalam content yang terdapat dalam SMS premium itu tidak hanya berupa hiburan namun juga ada yang berupa pesan dakwah.

1.4 Tinjauan Pustaka

Ditinjau dari judul skripsi yang penulis teliti, maka dibawah ini terdapat beberapa kajian yang telah diteliti oleh peneliti lain yang relevan dengan judul yang penulis teliti.

Pertama, penelitian milik saudari Anisa Zuhaida (2005) yaitu tentang “*Muatan Dakwah Dalam Syair Lagu Iwan Fals (Studi Terhadap Album Salam Reformasi)*”. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa materi-materi yang ada dalam syair lagu Iwan Fals. Dalam album Salam Reformasi terdapat beberapa ajaran. Disini penulis mengklasifikasikan menjadi tiga kelompok yaitu *pertama* aqidah, yang terdiri dari ajaran bahwa hidup dan mati adalah milik Allah, *kedua* syariah terdiri dari ajaran larangan melakukan korupsi dan kolusi. *Ketiga* akhlak, terdiri dari ajaran untuk menjaga lingkungan hidup, ajaran tentang *amar ma'ruf nahi munkar*. Relevansi materi dakwah waktu syair lagu tersebut dibuat sesuai dengan tuntutan keadaan sosial masa reformasi dan sekarangpun masih berguna. (Zuhaida, 2005).

Kedua, penelitian dari saudari Puji Astuti (2004) yaitu tentang “*Muatan Dakwah Dalam Album Raihan Demi Masa*”. Dalam penelitian tersebut, bahwa karya syair lagu Raihan album “Demi Masa” sebagai musik Islami yang mempunyai visi misi *amar ma'ruf nahi munkar*. Sedangkan kesimpulan dari skripsi ini adalah mengajak pada kita semua untuk senantiasa menghargai waktu dan mensyukuri nikmat Allah dan juga mengajak kita senantiasa untuk mendzikir dengan dua kalimah syahadat, berjihad demi mempertahankan agama dan saling menghargai sesama manusia serta mengakui ke Esaan Tuhan (Astuti, 2004).

Alland Fahreza Zulmi (2010) *Interpretasi Khalayak Terhadap Tayangan Iklan Layanan SMS Premium Versi Ramalan Paranormal*.

Skripsi ini meneliti tentang resepsi khalayak tentang iklan layanan SMS premium versi ramalan paranormal. Iklan layanan SMS ramal dari paranormal terkenal yang bermaterikan primbon, klenik, dan hal-hal yang berbau mistis lainnya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode resepsi khalayak dari Stuart Hall.

Pada penelitian ini peneliti membahas tentang “pesan-pesan dakwah” yang terkandung dalam “content SMS premium”.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lain yaitu obyek dari penelitian ini yaitu pesan dakwah dari content SMS premium. Dan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif content (analisis isi).

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri atau berhubungan dengan orang-orang dalam bahasa dan peristilahannya. (Moleong, 1993: 3). Dengan penelitian kualitatif, penulis berusaha memahami literature yang terdapat dalam SMS premium. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan semiotika atau pendekatan makna bahasa.

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat analisa terhadap teks dari SMS premium dakwah. Maka dari itu, penulis akan menggunakan metode *content analysis* (analisis isi).

Analisis isi menurut Stone, dalam Syukriadi Sambas (1999 : 21), adalah suatu teknik penelitian untuk membuat rumusan kesimpulan-kesimpulan dengan mengidentifikasikan karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif dari suatu teks.

Richard Budd, dalam bukunya *Content Analysis In Communication Research* sebagaimana dikutip oleh suprayogo dan Tabroni (2001 : 71), mengemukakan analisis isi adalah teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.

Penelitian dengan menggunakan analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi, yang disampaikan dalam bentuk lambing yang berdokumentasi atau dapat didokumentasikan. Metode ini dapat dipakai untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, diantaranya seperti menganalisis teks dalam suatu lagu.

Klaus klippendorf yang dikutip Syukriyadi Sambas (1999: 26) juga berpendapat bahwa analisis isi merupakan teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang valid dan dapat menggambarkan suatu data sesuai dengan konteksnya.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik analitik, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda, dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna (Sobur, 2004: 100). Pendekatan semiotic analitik dilakukan untuk dapat mengetahui makna isi materi dakwah yang disampaikan dalam SMS premium, serta digunakan sebagai acuan penulis untuk dapat dipahami lebih detail tentang materi dakwah.

1.5.2 Definisi Operasional

Untuk memberi gambaran yang lebih jelas serta menghindari segala penafsiran yang berbeda-beda dalam pembahasan skripsi yang berjudul “ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM CONTENT SMS PREMIUM VERSI SIRAMAN ROHANI ISLAM”, maka peneliti perlu memberi batasan istilah sebagai berikut :

Pesan dakwah adalah pesan-pesan yang berupa materi-materi keislaman yang meliputi aspek akhlak, akidah, dan syariah.

1.5.3 Sumber dan Jenis Data

Menurut Lofland dan Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 1993: 112).

Dalam penelitian ini penulis membagi sumber data menjadi dua jenis. Kedua jenis data tersebut adalah :

- a. Data primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian sebagai sumber informasi. Dalam penelitian ini adalah beberapa SMS premium dari *content provider* (Azwar, 1997: 91).
- b. Data sekunder yaitu data yang menjadi bahan penunjang dan pelengkap dalam melakukan suatu analisis. Data sekunder dapat diambil dari buku-buku, majalah, hasil penelitian, dan karya-karya yang lain yang berkenaan dengan masalah yang akan diteliti baik langsung maupun tidak langsung (Moleong, 2002 : 113).

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode dokumentasi, adalah mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Berupa kiriman SMS premium dari *handphone*.

1.5.5 Metode Analisis Data

Menurut Syukriadi Sambas (1999 : 26), untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian digunakan suatu prosedur bertahap dan sistematis, yang meliputi :

- a. Seleksi Teks

Menentukan keseluruhan teks yang digeneralisasi, lalu menggunakan prosedur untuk menyeleksi sample dari keseluruhan teks tersebut.

- b. Menentukan Unit Analisis

Mengenai pengukuran materi dakwahnya, seperti dikutip dalam Asmaya (2004 : 26), Armawati Arbi menyarankan unit pengamatan yang digunakan adalah *coding unit* pada setiap tema. *coding unit* yaitu analisa kata, tema dan kalimat. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan tema sebagai satuan pengukuran *unit of analisis*.

c. Mengembangkan Kategori-kategori Isi

Untuk mempermudah penilaian kategori tersebut dalam hal penggolongannya penulis menggunakan data pendukung atau kelengkapan informasi atas materi yang ditampilkan, data pendukungnya antara lain menggunakan tabel, data referensi dan lain-lain.

d. Menandai Unit-unit

Penulis akan menelaah, data atau pemberi kode untuk mengidentifikasi kategori-kategori yang cocok untuk masing-masing unit.

e. Analisis

Setelah memberikan kode menjadi beberapa kategori nominal itu mengisyaratkan sebagai data kualitatif dan penghitungan sejumlah unit pada masing-masing unitnya mengisyaratkan data kuantitatif, pengetahuan tentang tipe-tipe dari kategori-kategori menginformasikan penulis tentang apa yang sedang dikomunikasikan, dan pengetahuan tentang banyaknya unit-unit untuk tipe-tipe pesan ini dikomunikasikan, dan dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif *content* analitik.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini dibagi menjadi lima Bab

Bab I membahas tentang Latar Belakang Masalah , Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, Dan Sistematika Penulisan Skripsi.

Bab II terdiri dari Dakwah, Materi Dakwah, dan Analisis Content.

Pada BAB III gambaran umum layanan SMS Premium Dan Deskripsi SMS Premium.

Bab IV analisis data penelitian dengan menggunakan analisis *content* dari SMS premium

Bab V berisikan kesimpulan dari pesan dakwah yang terkandung dalam SMS premium dari beberapa *content provider*, saran dan penutup